

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR  
MERK YAMAHA DI SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**HELLENA WULANDARI  
NIM. B 100 060 044**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2010**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia industri otomotif semakin cepat dan pesat, khususnya sepeda motor roda dua. Hal tersebut terlihat pada beberapa tahun terakhir ini dimana terjadi kenaikan jumlah permintaan sepeda motor yang cukup pesat sehingga menyebabkan kondisi persediaan pada beberapa dealer sepeda motor menjadi kurang. Hal tersebut diindikasikan oleh tingginya laju pertumbuhan kendaraan roda dua dan semakin tinggi permintaannya.

Selain itu juga dukungan penjualan serta perusahaan-perusahaan pembiayaan yang menawarkan kredit angsuran dengan uang muka ringan dan kemudahan persyaratannya. Oleh sebab itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen yang ada agar merasa puas atas produk yang ditawarkan.

Walaupun demikian keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal seperti tingkat usia dan jenis kelamin. Peneliti juga menegaskan bahwa para pembeli memuruskan untuk membeli secara online jika : harga produk rendah; konsumen mempunyai niat membeli yang tinggi; pembeli menganggap hal tersebut aman sepanjang mereka tidak mempunyai pengalaman mengenai E-auction ketika reputasi penjual adalah bagus.

Dalam hal Yamaha sebagai salah satu perusahaan sepeda motor terbesar di Indonesia selalu meningkatkan kualitas produk serta pelayanan kepada para konsumennya dengan melakukan berbagai inovasi, baik dari segi produk maupun cara berpromosi.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai perilaku konsumen dengan judul : **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MERK YAMAHA DI SURAKARTA “**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh faktor *motivasi, persepsi, pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap* terhadap keputusan pembelian ?
2. Faktor manakah diantara *motivasi, persepsi, pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap* yang paling berpengaruh terhadap keputusan keputusan untuk membeli sepeda motor merk Yamaha ?

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam pembatasan dan pengembangan model pemecahan masalah dibuat batasan-batasan sebagai masalah yang berhasil diidentifikasi dapat dicari pemecahannya. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Responden yang diambil adalah semua peanggan yang melakukan servis sepeda motor di dealer Kondang Motor Surakarta.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan di dealer Kondang Motor Surakarta.
3. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penulisan ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor *motivasi, persepsi, pembelajaran, serta kepercayaan* dan *sikap* dalam pengambilan keputusan untuk membeli sepeda motor merk Yamaha.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling paling berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli sepeda motor merk Yamaha.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1 Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan dalam menganalisa sebuah permasalahan lewat sebuah penelitian dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran.

##### **2 Bagi Akademis**

Dapat digunakan sebagai sumber data pelengkap atau referensi dalam melakukan penelitian sejenis tentang perilaku konsumen.

#### **F. Sistematika Penelitian**

Untuk memperoleh gambaran singkat, penelitian ini dibagi dalam lima bab yang secara garis besarnya bab demi bab disusun sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab akan diuraikan mengenai definisi pemasaran, merk, perilaku konsumen, produk, keputusan pembelian, dan penelitian terdahulu.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengambilan sampel, instrumen penelitian, metode analisis data, pengujian kualitas data dan uji asumsi klasik.

## **BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang karakteristik responden, pengujian kualitas data dan analisis data.

## **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab terakhir ini berisi tentang simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.